

'O mercado de dor tem potencial para expandir muito no Brasil'

Primeira Pessoa

Nestor Sequeiros,
presidente da Mundipharma no Brasil

'O mercado de dor tem potencial para expandir muito no Brasil'

O argentino Nestor Sequeiros, à frente da farmacêutica Mundipharma no País desde abril, quer faturar com a "dor" no Brasil. "É um segmento que tem muito a crescer no País", diz. O mercado de medicamento opioide (voltado para dores crônicas e moderadas), com prescrição médica, movimentava cerca de R\$ 340 milhões por ano no Brasil (com base nos dados de 2015, de acordo com levantamento da consultoria IMS Health). "Tem potencial para expandir." Adepto da meditação, o executivo diz que adotou a prática quando morava na Ásia e ainda era executivo do grupo Tyco. Embora estimule os funcionários da subsidiária brasileira a praticar meditação, Sequeiros não dispensa medicamento quando sente dor.

● **A Mundipharma está no Brasil desde 2013, mas ainda não tem fábrica. Há planos de ter uma unidade no País?**

Não está nos planos. Distribuimos aqui importantes medicamentos para tratamento de dor crônica e intensa e também medicamentos para tratar glaucoma (a Mundipharma adquiriu em 2015 a divisão oftalmológica da MSD).

● **Como o laboratório pretende expandir sua atuação no Brasil?**

Somos muito próximos da classe médica e fazemos um trabalho de conscientização de prevenção de doenças. Gosto de estar perto da vida real, de conversar com especialistas. O Brasil está mal posicionado no ranking de prescrição de opioide – o País é um dos que menos prescrevem essa categoria de medicamentos.

● **Como faz para mudar essa posição?**

É uma tarefa social. Entre fevereiro e março deste ano, o governo federal abriu consulta pública para discutir o acesso de opioides no SUS (Sistema Único de Saúde). Uma decisão deve ser tomada em 2017. Seria importante ampliar essa discussão para prevenção de glaucoma, o que poderia reduzir os custos do governo.

● **A crise afeta o setor? Qual será o faturamento no Brasil este ano?**

A crise afeta as vendas de modo geral. Não divulgamos receita global nem por País – nossa fatia do mercado nacional é 15%. /MÔNICA SCARAMUZZO

